



## **homo mechanicus**

### **homo mechanicus – Gesichter aus der Region Sarganserland-Walensee**

Arbeitsgruppe homo mechanicus

Urs Lendi, Künstler

Hildegard Lendi, Koordination

Hans-Peter Meier, Kurator

#### **I Projektbeschreibung**

- *Das Konzept* präsentierte das Projekt anhand von ausgewählten Figuren. Es wurde laufend zugänglich gemacht und während der Dauer der Ausstellung vom 08. August bis 31. Oktober 2020 mit Informationen ergänzt. „homo mechanicus - Gesichter aus der Region Sarganserland – Walensee“ wurde in einer Broschüre zusammengefasst und war die Grundlage für das Drehbuch und die weiteren Schritte. Die Broschüre wurde für die Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation verwendet (Informationsabend 30.01.20. im Hotel/Restaurant Marina – Walensee).
- *Ausstellungsgegenstände als Spieler eines Theaters:* Der Künstler hat über 40 Figuren aus Fundstücken der Industriegeschichte kreiert, auch Zeugen aus Branchen der Region. Die Figuren sind beweglich und können durch die Besucherschaft interaktiv betätigt werden. Die Ausstellung ist sowohl ein Beitrag zur angewandten Kunst und zugleich eine Art von industrieller Archäologie – Artefakte als Gedächtnisträger und Zeugen der Erinnerung an die Epoche, die ganze Generationen prägte.
- *Ort der Ausstellung:* Der Standort auf der Landzunge Gosten in Unterterzen, wo die ehemalige Cement- und Kalkfabrik Unterterzen stand, symbolisiert einen landschaftlich attraktiven Ort, der zugleich als Neunutzung „Marina-Walensee“ eine neue Zukunft als Freizeit- und Kulturlandschaft sucht. Die Räume für die Ausstellung untermalen das Gedächtnis – sie findet in den ehemaligen Werkhallen der CKU statt. Die See- und Berglandschaft bietet eine ausgezeichnete Anbindung an Verkehrsachsen, die Orte rund um den Walensee und das Sarganserland.
- *Themen und Kabinette:* Die Ausstellung führte durch eine gezielte Auswahl von Figuren in fünf „Kabinetten“. Die einzelnen Figuren lassen sich sowohl als spezielle Erlebnisse, Unikate, betrachten. Zugleich boten die Kabinette einen Parcours durch bestimmte Themenkreise an.
- *Szenografie:* Die Kabinette öffneten sich den Besuchern als Spannungsbogen, wie sich der homo mechanicus, das industrielle Zeitalter, gestaltete und ausdrückte:  
Kabinett I zeigte die Spannung zwischen *physischer Kraft*, die sich jedoch mit der Zeit in *symbolische Ausdruckskraft* – die ästhetische Sprache des homo mechanicus, im Design,

entwickelte. Im Kabinett II führten dies Figuren durch den Spannungsbogen zwischen *Ungleichgewicht und Harmonie*. Im Kabinett III überraschte der – heute besonders aktuelle – Themenbogen zwischen *Überwachung und Chaos*. Der homo mechanicus durchlebte eine weitere Entwicklung, jene von der *Masse zum Individuum*, von der Taktzeit der Produktion zu individueller Gestaltung und Phantasie (Kabinett IV). Schliesslich bestimmt die Welt der Dinge und Produkte auch die Wahrnehmung und Wertungen, die Sicht auf die Dinge. Der homo mechanicus ist am Anfang in erster Linie ein Macher – *homo faber*. Die Figuren im Kabinett V zeigten, wie im mechanisch-industriellen Zeitalter eine Sicht der Dinge und der Umwelt entstand. Der homo mechanicus wird zum *homo philosophicus*. Er zeigt besinnliche Züge, die er damals noch nicht im digitalen und virtuellen Raum – sondern in der Poesie der Dinge, ihrer Farben, Geräusche und Bewegungen zum Ausdruck brachte.

- *Choreografie*: Die Ausstellung hat für jedes der fünf Kabinette eine Choreografie entwickelt: Die Figuren werden von einem Punkt aus nach einem je eigenen Rhythmus in Bewegung gesetzt und bieten so eine Art von „Chor“, ein Spiel besonderer Art.
- *Führungen durch die Kabinette*: Figuren wurden durch die Arbeitsgruppe mit Erzählungen begleitet und durch Bezüge zum homo mechanicus als Zeiterscheinung dargestellt. Dabei wollte die Ausstellung in der Besucherschaft die Lust wecken, die einzelnen Figuren, die Themen und die Kabinette auf ihre eigene Weise wahrzunehmen und zu diskutieren. – Der Katalog ermöglichte und begleitete die vertiefte und längerfristige Wahrnehmung für das Publikum.
- *Popularität und Bezug zur Region*: Die Ausstellung sprach eine breite Bevölkerung an und diente als Bühne für Veranstaltungen und Ereignisse, wie Diskussionen oder Anlässe für Schulen, Vereine, die in der Region wichtigen Jahrgänger- und Klassenzusammenkünfte.
- *Sponsoring*: Der finanzielle und sachliche Aufwand für die Ausstellung wurde durch Eigenleistungen der Initianten, durch institutionelle Förderung, private Sponsoren aus der Region getragen und in der Werbung und in der Ausstellung gewürdigt und dokumentiert.
- *Aktualisierung*: Der Verlauf und Ablauf der Ausstellung wird auf der Webseite und in den Medien kommuniziert.

#### Zweck der Veranstaltung

*Erlebnis*: Die Ausstellung führte durch einen Ablauf von Themen, wobei das Erlebnis auch aktiv war – die meisten Figuren konnten von den Besuchern selbst in Bewegung gesetzt werden.

*Führungen*: Die Figuren und Themenkreise wurden durch das Ausstellungsteam plastisch und durch Informationen und Bezüge zur Zeit dargestellt, in der sich der homo mechanicus in der Region entwickelte.

*Popularität und Bezug zur Region*: Die Ausstellung sprach eine breite Bevölkerung an und diente als Gelegenheit und Raum für Veranstaltungen und Ereignisse, wie Versammlungen, Diskussionen und Anlässe für Schulen, Vereine, Jahrgänger- und Klassentreffen.

### *Nutzen/Gewinn/Chance für die Region Sarganserland/Walensee:*

Die Gemeinden im Gebiet Walensee-Sarganserland waren durch eine Vielfalt von industriellen und handwerklichen Betrieben geprägt. Besonders in der Standortgemeinde fand eine einschneidende Veränderung statt: das industrielle Zeitalter ging zu Ende. Brachen standen noch lange oder wurden neu genutzt, wie gerade die Landzunge als Resort, wo die CKU entstanden und abgebaut worden ist. Relikte und Fundstücke dieser Zeit sprachen in der Ausstellung durch die Figuren packend und bewegt von diesen Erinnerungen.

Die Richtung der Entwicklung zielt später und aktuell zur Freizeit- und Tourismuslandschaft. Gerade deshalb ist der Blick auf die Zeit des homo mechanicus im Sarganserland bedeutend; Studien bestätigen, dass die Identität der Sarganserländer nach wie vor eher industriell und weniger touristisch ausgerichtet ist. Die Ausstellung bringt einen Nutzen darin, dass sie im Blick auf diese Epoche eine Art von industrieller Archäologie aufzeigt. Sie wirft die Frage auf, was auf die vergangene Epoche an Neuem folgt, so die touristische Perspektive wie die Aussicht auf hochmoderne, z.B. virtuelle Produktionsweisen.

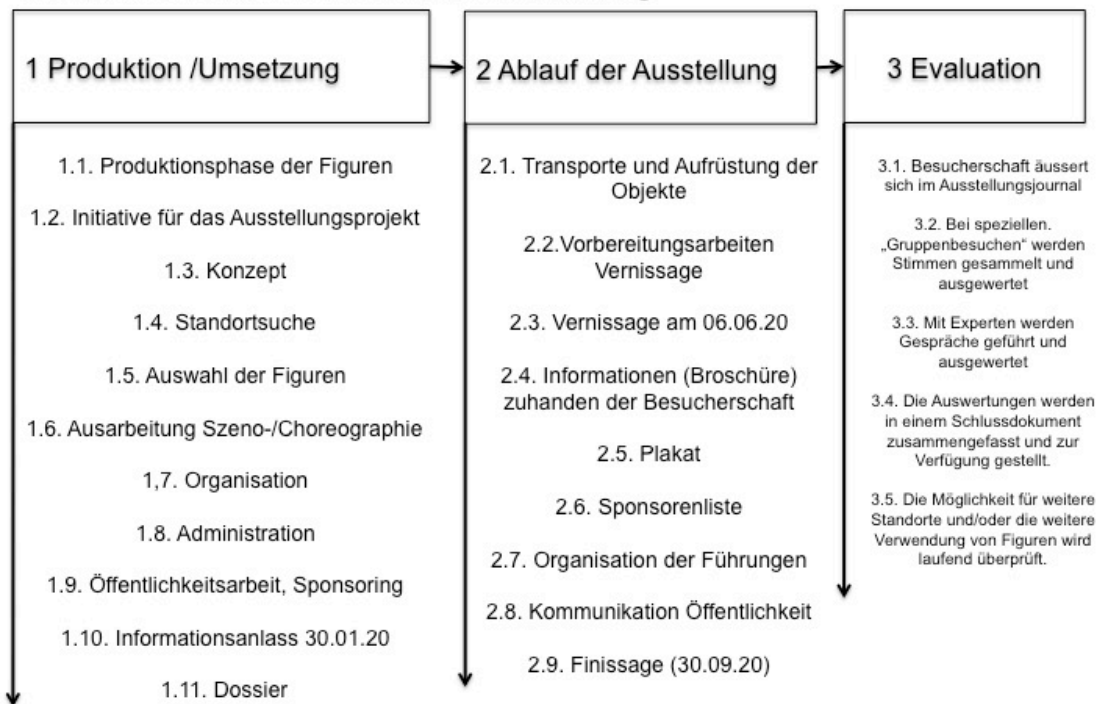
Die Ausstellung stellt sich gezielt an einen Ort, der eine neue Zukunft sucht – das Areal Marina Walensee. Der Ort der Ausstellung, die ehemalige Werkhalle der CKU, liegt in einer prächtigen Landschaft. Dieser Ort wollte durch die Ausstellung Leute und Gruppen im Umfeld des Walensees anziehen, zu Erlebnissen und Begegnungen führen, aber auch kundenfreundliche Angebote fördern. Die umliegenden Orte und Gemeinden und die ganze Talschaft zwischen Weesen, Walenstadt, den Orten entlang den Ufern, wie Quinten, bis nach Bad Ragaz sollten ein Stück „Identität“ und Selbstbewusstsein erlangen. Dieser Nutzen stärkt die Gemeinwesen und bereits bestehende Initiativen, wie z.B. „Quinten lebt“, die Vitalität der tradierten Kultur, Ideen und Anregungen für Neues. Die Ausstellung bot sich auch an, die vielseitige Museumslandschaft zwischen Sargans und Weesen, sichtbar zu machen und zu bewerben.

## **II Aufbau und Durchführung des Projekts in drei Phasen**

### **Masterplan und Schritte, Meilensteine**

Das Projekt verlief über drei Phasen, Produktion und Umsetzung, Ablauf der Ausstellung, Evaluation und Nachbearbeitung (siehe Masterplan). Jede Phase erfolgte in Schritten, die jeweils von der Arbeitsgruppe geleitet wurden. Die Durchführung wurde kontrolliert und nach dem Ergebnis, je nachdem angepasst oder verändert, wie sich die Umsetzung der Ausstellung entwickelte. Nach dem „Vorlauf“ der Phase 1, der Vorbereitung und Grundlegung der Ausstellung, sollten die Möglichkeiten und Ressourcen genutzt werden, um den Ablauf zielführend vollziehen zu können (Phase 2). Das Projekt hatte im dritten Abschnitt, Evaluation und Nachbearbeitung dafür zu sorgen, dass seine Wirkungen und weitere Standorte oder Folgen für kulturelle Nutzen und Möglichkeiten für die Region sichtbar werden. Das Projekt sollte auch Chancen des Ortes, der Gemeinden und der Region sichtbar machen.

### Übersicht über die drei Phasen und Schritte der Ausstellung



*Verschiebung:* Die Corona-Krise konnte sich dank der frühzeitigen Einleitung der Phase 1 (ab 01. September 2019) nie als Gefährdung des Projekts auswirken und die Ausstellung erwies sich bereits am Eröffnungsanlass 30. 01. 20 als startbereit. Allerdings musste die Vernissage vom 06. 06. 20 auf den 08. 08. 20 und das Ende der Ausstellung auf den 31.10. 20 verschoben werden.

### III Verändertes Umfeld – COVID-Lockdown und Anpassungen an die Situation

Die im Februar und März ausbrechende Corona-Krise führte allerdings zu einer einschneidenden neuen Situation. Erwartete finanzielle Beiträge trafen nicht ein, oder wurden reduziert, während dem Lockdown verzögert oder vollständig abgelehnt – so der Lotteriefonds und der Casino Fonds Bad Ragaz. Es war zu erwarten, dass die Motivation für Beiträge bei manchen – auch aus verständlichen Gründen – reduziert wurde. Umso erfreulicher ist, dass zwei Faktoren dazu verhalfen, dass die Verschiebung des Eröffnungstermins um zwei Monate (vom 06.06. auf den 08.08.20) die Zuversicht stärkten und sich als guter Entscheid erwies. Erstens half die *private* Förderung, vor allem der CKU Fonds, die Arnold Billag Stiftung, Fäh und weitere, auch kleinere Beträge, welche die nicht eingetroffenen Beträge der *institutionellen* Förderung (Südkultur und Gemeinde Quarten) ergänzten, wenn auch nicht voll kompensieren konnten. Zweitens war die Verlagerung der Strategie auf des „Gemeinschaftswerk der besonderen Art“ (Sarganserländer 4.11.20) entscheidend: sehr viel mehr Arbeit wurde freiwillig geleistet.

Es war zu erwarten, dass auch Absagen zugesicherter Besuchergruppen ins Gewicht fallen. Dank der smarten Organisation, Kleingruppen und sorgfältigen Wahrnehmung der Schutzmassnahmen gewann die Ausstellung trotz der zunehmenden zweiten Welle bis zum 31. 10. an Interesse und Anziehungskraft – wir erreichten 763 Besucher und schätzen den Verlust auf ca. 250 Besuche, die Differenz zu 1000, die auf die wachsende Zurückhaltung angesichts des Ansteckungsrisikos zurückgeht.

Das Fazit: Die Periode und der Stil der Ausstellung waren angesichts der Umstände ideal. Es ist darauf hinzuweisen, dass die meisten Museen in dieser Periode nur schwer

zugänglich waren, sich auf virtuelle Angebote beschränken oder gar schliessen mussten. Erfahrungen, wie Kultur in – vielleicht weiteren krisenhaften Zeiten – weiter entwickelt werden kann, konnten im Projekt gesammelt werden.

#### **IV Resonanz und Echo**

Die Ausstellung hat die Ziele und Erwartungen zu den Wirkungen beim Publikum überraschend und in vielfältiger Weise erfüllen können.

##### **a) Besucher und Reaktionen**

Das Publikum der Ausstellung entwickelte sich zunächst aus der regionalen Bewohnerschaft, die im Vorfeld der Ausstellung sensibilisiert und an die Veranstaltungen ins Marina eingeladen wurden. Zugleich wurden Persönlichkeiten von Museen und regionalen Organisationen angesprochen und zu Statements und Stellungnahmen motiviert. Eine starke Wirkung für die Ausstellung ging von den Gesprächen unter der Besucherschaft der lokalen und regionalen Bevölkerungsgruppen aus. Sie ergänzten als informelle Multiplikatoren die Printmedien und die schriftlichen Einladungen in der Wirkung. Es ist angemessen von einer regionalen Animation zu sprechen, die sich im Laufe der Ausstellung in der zunehmenden Frequenz auswirkte. Zunehmend reicherte sich die Besucherschaft überregionaler Herkunft an – vor allem aus dem Sarganserland, Werdenberg und Rheintal, Toggenburg, St. Gallen, der Ostschweiz und des Raumes Zürich. Last but not least stellte sich heraus, dass auch Gäste und Bewohner des Resort zunehmend Interesse zeigten; Befürchtungen einer Gebietsbelastung durch das Publikum von aussen blieben vollständig aus.

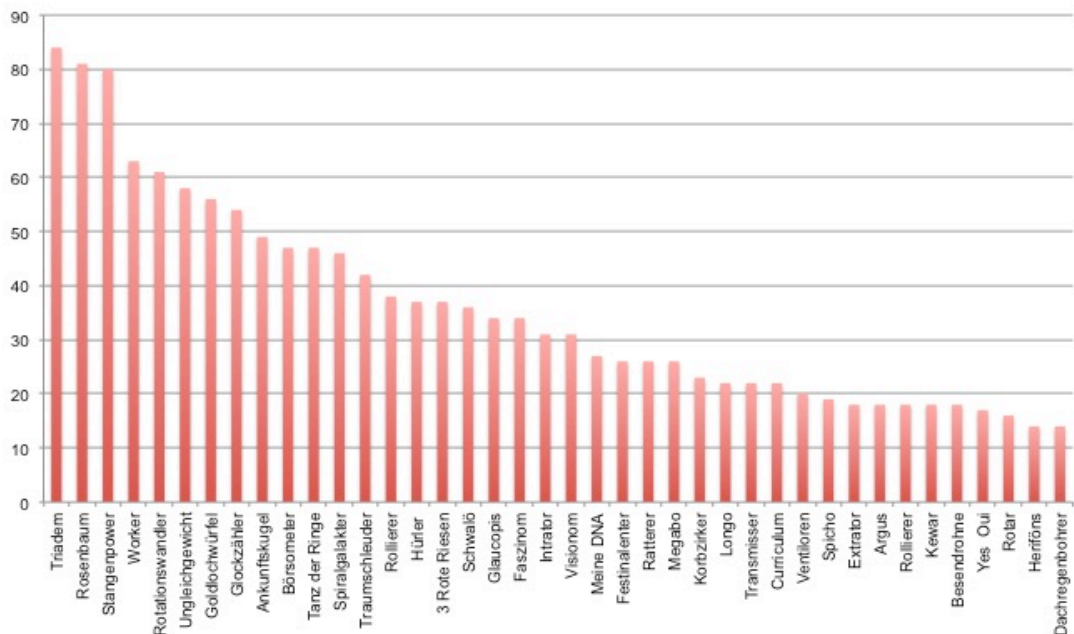
##### **- Besonderheiten**

Es ist bemerkenswert, dass das Ausstellungsprojekt dank der regionalen und kommunalen Zusammensetzung die einheimische Bevölkerung besonders ansprach, zunächst die ältere Generation, die sich an die Zeit der alten Brachen und der einst darin Beschäftigten erinnern konnte. Im Laufe der Ausstellung nahmen die Besuche der mittleren und jüngsten Gruppen zu, was auch darauf zurückzuführen ist, dass sich die Ausstellung besonders für Familien oder Schulklassen anbot. Die Kommunikation unter diesen Besuchergruppen verstärkte die Wirkung der Ausstellung in verschiedener Hinsicht: Reaktionen zu Themen, Erinnerungseffekte an die Zeit und die Wahrnehmung der Besonderheit des Ortes und der Landschaft reicherten sie an. Bemerkenswert ist das Interesse spezieller Gruppen – es entstanden eindruckliche Bilder und Texte von Personen, welche die Ausstellung spiegeln. Ihnen verdankt die Ausstellung einen künstlerischen und fachlichen Mehrwert – sie wurde als „ästhetisch, philosophisch und mechanisch“ gewertet.

##### **- Besucherjournal**

Am Schluss des Besuchs und der Gespräche konnten die Besucher ein Blatt des Journals beantworten. Es waren Figuren der Ausstellung auszuwählen, die am ehesten in Erinnerung bleiben werden. Die Grafik zeigt die Gruppierungen – das Triadem, der Rosenbaum und der homo mechanicus erwiesen sich als die „Leuchtfiguren“ des Theaters. Wesentlich aber ist, dass alle Figuren ihre spezielle Spiegelung beim Besucher finden konnten.

Sympathieprofil der Figuren – aus dem Besucherjournal



## b) Dokumente

Die Ausstellung setzte die im Masterplan gesetzten Mittel ein, um die in einem Museum selbstverständlichen Instrumente mit eigenen Ressourcen einzusetzen. Dazu wurden die folgenden Produkte und Medien entwickelt und eingesetzt:

### → Website homo mechanicus: Ausstellung

[https://culturprospectiv.ch/en:world\\_driv2](https://culturprospectiv.ch/en:world_driv2)

berichtet regelmässig über den Ablauf und die weitere Entwicklung des Projekts.

### → Broschüre Konzept Eröffnungspéro 30. 1. 2020

[https://www.culturprospectiv.ch/\\_media/en:homo\\_mechanicus\\_broschuere.pdf](https://www.culturprospectiv.ch/_media/en:homo_mechanicus_broschuere.pdf)

### → Print- und Bildmedien

- > Plakat und Verteilung in Gemeinden und Region
- > Prospekt/Flyer in Printform und auf der Website
- > Katalog für die Besucher in Printform und auf der Website
- > Besucherjournal
- > Soziale Medien: Facebook und Stories während der Dauer der Ausstellung

### → Bilder und Texte von Personen, welche einen künstlerischen und fachlichen Mehrwert zur Ausstellung beitragen:

> Jakobsnotizen im Hochparterre „Der Walenseeflug“, anlässlich der Vernissage, auf der Website

> Justin Koller, Hans-Peter Meier, „homo mechanicus – poetische Gesichter“, Sonderbulletin Oktober 20, cultur prospectiv, auf der Website

- > Niklaus Blöchlinger, Album photographischer Impressionen, 28.09.20
- > Hans Betschart, Homo mechanicus, Bilder der Ausstellung, 28.9.20
- > Esther Walser, Bilder aus der Vernissage, 08.08.20
- > Photographische Impressionen, auf der Website

→ **Tagespresse**

„Aus Geschichte wird Kunst“, Susan Rupp, Sarganserländer 04.02.20

„Mechanische Perfektion, die Figuren von Urs Lendi“, Adi Lippuner, Toggenburger Tagblatt, 16.07.20

„Alte Teile neu kombiniert“, Katrin Wetzig, Vernissage, Sarganserländer, 13.08.20

„Aesthetisch, philosophisch, mechanisch“, Adi Lippuner, Werdenberger, 17.09.20

„Ein Gemeinschaftswerk der besonderen Art“, Susan Rupp, Sarganserländer, 04.11.20

**c) Ausblick**

Auf der Sonnenseite hoch über dem Walensee spricht seit vielen Jahren eine Ikone zum Tal, das Paxmal von Bickel. Tief unten auf der Schattenseite wirkte der homo mechanicus und verzauberte für drei Monate die alten Werkhallen in einen besonderen Ort. Er verlieh den Menschen und Dingen eine Sprache aus einer vergangenen Epoche. Seine Botschaften treffen in einer Zeit von Angst, Unsicherheiten und Fragen an die Zukunft, bedrohtem Friedens ein. Der Kontrast zur erhabenen Wirkung des Paxmals ist sichtbar. In mitten der neuen Architektur einer Freizeitarena sammelten sich die Figuren mit einer Vielfalt von Antworten zu den Besuchern, einem Publikum, das man auch zum museumsfremden Segment zählen kann. Es hat sich aus der einheimischen Bevölkerung zusammengefunden und wir haben beeindruckende Reaktionen erfahren dürfen.

Die überlebenden Werkhallen warten auf eine neue Nutzung. Sie sind „festgemauert in der Landzunge“ – könnten sie über die Dauer der Ausstellung hinaus gar als „Kulturtempel“ zum in Stein gehauenen Paxmal hinauf schauen? Die Frage beschäftigt nach der Ausstellung. Das Projekt hinterlässt seine Spuren und verbindet: Die Figuren haben sich in Wildhaus auf der anderen Seite der Churfürsten in einem wertvollen, nicht mehr gebrauchten Stall wieder zusammengefunden. Sie tanzen, winken und spielen auf der Bühne einer früheren Epoche der Landwirtschaft. Die Lichtspiele auf den Balken und Holzdielen und in die weit nach oben reichenden Dächer sind eindrücklich. Das Holzzeitalter, der homo ligneus, verbindet sich mit dem mechanischen Zeitalter.

War es ein Unglück, dass die Ausstellung in die Zeit der Coronakrise fiel? Es war auch eine glückliche Fügung, denn die Themenkreise der Ausstellung, so die „Überwachung“ gegenüber dem „Chaos“ berührten die krisenhafte Stimmung der Besucher. Die Handarbeit und erfindungsreiche Produktion haben sich in den Figuren mit Kopfarbeit verbunden: Machen und Werkzeuge mit dem Denken und Philosophieren. In der Mitte hat sich beides vereint – im Herzschlag der Kunst und im Pulsschlag der Menschen, die im Zeitalter des homo mechanicus gelebt haben, dabei ihr Gesicht erwerben und zeigen konnten.

**Finanzierungsplan nach aktueller Situation (23.11.20)**  
**(Siehe Anhang Finanzierungsplan des Projekt)**

Die Kosten	121'450	
Eigenleistungen	54'350'	
Weitere Sponsoren	10'000	
Zusätzliche Defizitdeckung		<b>57'100</b>

**Sponsoren**

Bis zum 15. 11. 2020 Eingänge an Sponsorenbeträgen

<b>Private inklusive Gemeinde Quarten</b>	<b>23'210</b>
<b>Institutionelle Förderung: Südkultur</b>	<b>4'000</b>
<b>total</b>	<b>27'210</b>

**Verbleibendes Defizit (Eingang von Südkultur)** **30'000**

**Vorschläge zur Deckung**

**Antrag an**

**Lotteriefonds** **15'000** (siehe dazu Korrespondenz)

**Region Werdenberg-Sarganserland** **15'000** (siehe dazu Korrespondenz)



## Anhang

### Zugrunde liegender Finanzplan und Verwendung der Mittel des Projekts

#### Gesamtkosten nach Phasen

Die Phasen summierten sich in der Projektplanung wie folgt:

Gesamtkosten **121'450**

Phase 1	78850
Phase 2	36600
Phase 3	6000

Die Gesamtkosten setzen sich zusammen aus den für jeden Schritt der Phasen anfallenden Betrag, der auch die Eigenleistungen einbezieht:

In der Tabelle (Excel-Grafik unten) wird der Aufwand für die aufgeführten Phasen und Schritte in der Kolonne A dokumentiert. In Kolonne B wurden die Leistungen dargestellt, die durch die Arbeitsgruppe (AG-homo mechanicus) und weitere Gönner (materielles Sponsoring in Form von Leistungen und Sachwerten) angeboten und erbracht werden. Die beantragte Summe von 84'300.-- ist durch das finanzielle Sponsoring institutioneller Akteure, Südkultur Kt. St. Gallen, Gemeinde Quarten, und mit der Beteiligung von privaten Sponsoren zu decken, wozu auch Spenden von Gönnern und der Besucherschaft hinzukommen. Die Aufwand- und Kostenverteilungen wurden nach den eingetretenen Veränderungen angepasst und es wurden laufend Umverteilungen vorgenommen, die jedoch die Gesamteinschätzungen wesentlich veränderten.

Übersicht Phase 1	A	B	
1.1. Produktion Figuren	40000	10000	
1.2. Initiative	1200	1200	
1.3. Konzept	10000	5000	
1.4. Standortsuche	1200	0	
1.5. Auswahl Figuren	2500	0	
1.6. Szeno- /Choreogr.	10000	4500	
1.7. Organisation.	1500	0	
1.8. Admininstration	950	0	
1.9. Öffentl./Sponsoring.	5000	2000	
1.10. Info-Apero	4500	1000	
1.11. Dossier	2000	750	
	<b>78850</b>	<b>24450</b>	<b>54400</b>

Übersicht Phase 2	A	B
<u>2.1. Transporte Aufrüstung</u>	<u>3000</u>	<u>2500</u>
<u>2.2. Vorbereitung Vernissage</u>	<u>5500</u>	<u>2000</u>
<u>2.3. Vernissage</u>	<u>4300</u>	<u>0</u>
<u>2.4. Informationen (Broschüre)</u>	<u>6000</u>	<u>2000</u>
<u>2.5. Plakat</u>	<u>2500</u>	<u>500</u>
<u>2.6. Sponsoren Dokumentation</u>	<u>1000</u>	<u>500</u>
<u>2.7. Führungen</u>	<u>4800</u>	<u>3000</u>
<u>2.8. Kommunikation Öffentl.</u>	<u>7000</u>	<u>0</u>

<u>2.9. Finissage</u>	<u>2500</u>	<u>0</u>	
	<u>36600</u>	<u>10500</u>	<u>26100</u>
Übersicht Phase 3	A	B	
<u>3.1. Ausstellungsjournal</u>	<u>800</u>	<u>0</u>	
<u>3.2. Gruppengespräche</u>	<u>1200</u>	<u>0</u>	
<u>3.3. Expertenwertungen</u>	<u>800</u>	<u>0</u>	
<u>3.4. Schlussdokumentation</u>	<u>2000</u>	<u>1000</u>	
<u>3.5. Ausblick auf Standorte</u>	<u>1200</u>	<u>1200</u>	
	<u>6000</u>	<u>2200</u>	<u>3800</u>

### **Details zu den einzelnen Positionen:**

#### **Phase 1: Produktion / Umsetzung**

1.1. Produktionsphase der Figuren: Im Budget figuriert der Hauptanteil des Budgets auf der Basis der Berechnung von 40 Ausstellungsfiguren mit dem Stückpreis von 1000. Diese Arbeit umfasst eine ca. 15 jährige Such- und Konstruktionsarbeit des Künstlers. Ein Viertel (10000) davon wird als Eigenleistung eingebracht.

1.2. Initiative: Die Vorbereitung der Ausstellungsidee und ihrer Umsetzung beläuft sich auf eine Summe von 1200, die vollständig von der AG geleistet wird.

1.3. Konzept: Die Entwicklung und Ausarbeitung des Konzepts wird zur Hälfte von der AG geleistet (5000).

1.4. Standortsuche: Die Suche des Standorts bezog mehrere Orte ein und die Evaluation der Möglichkeiten in der Museumslandschaft (1200).

1.5. Auswahl der Figuren: Die Auswahl der Figuren entlang dem Konzept beläuft sich auf 2500.

1.6. Ausarbeitung Szeno-/Choreographie: Die Entwicklung und Ausarbeitung der Szenografie (und Choreographie) der Figuren-Kabinette wird mit 4500 von der AG geleistet.

1.7./8. Organisation und Administration

1.9. Öffentlichkeitsarbeit, Sponsoring: Der Eigenbeitrag der AG beträgt 2000; darin ist die Generierung und Betreuung des Internet-Auftritts enthalten.

1.10. Informationsanlass 30.01.20: Dieser umfasst die Broschüre, Recherche des Netzwerks, Einladungen und Durchführung; Nachbearbeitung und spezielle Kommunikation mit Institutionen und Privatpersonen – 1000 werden von der AG eingegeben.

1.11. Dossier: Die Ausarbeitung des Dossiers wird mit 750 von der AG gesponsert.

Phase 1

Bruttokosten: 78850

Eigenleistungen: 24450

Nettokosten

**54440**

## **Phase 2: Ablauf der Ausstellung**

### 2.1. Transporte und Aufrüstung der Objekte

Die Transporte der Ausstellungsobjekte verlangen 3000, wobei 2500 durch Eigenleistungen (Guido Meier) erbracht werden. Darin sind Rücktransporte miteingeschlossen.

### 2.2. Vorbereitungsarbeiten Vernissage

Die Arbeiten bis zur Vernissage verlangen 5500; darin sind eingeschlossen Werbung, Ausarbeitung entsprechender Dokumentationen und Arbeiten in den Ausstellungsräumen sowie die Gestaltung und Umsetzung des Programms für die Vernissage. 2000 werden durch Eigenleistungen abgedeckt.

### 2.3. Vernissage am 06.06.20:

Das Gesamtbudget von 4300 umfasst Honorare für Redner, Gastronomie, Verpflegung der eingeladenen Gäste im Marina Walensee.

### 2.4. Informationen:

Zuhanden der Besucherschaft wird ein Flyer und eine Broschüre erstellt (6000); ebenso wird eine Pressedokumentation ausgearbeitet und angeboten. Die AG leistet einen Eigenbeitrag von einem Drittel (2000).

### 2.5. Plakat

In Auftrag gegeben wird das Design und der Druck eines Plakats, das an diversen Orten präsent ist: 2500. Eigenbeitrag: 500.

### 2.6. Sponsorenliste:

Die laufende Sponsorenliste und Präsentation der Gönner verlangt ein Budget von 1000, wobei die Hälfte (500) durch die AG getragen wird.

### 2.7. Organisation der Führungen

Die Ausstellung verlangt qualifizierte Führungen, wofür ein Kostendach von 4800 gesetzt wird; 3000 wird von der AG beigetragen.

### 2.8. Kommunikation Öffentlichkeit

Während der Ausstellung wird regelmässig über die Ereignisse und den Verlauf in Medien und im Internet berichtet. Dafür wird ein Betrag von 7000 verlangt.

### 2.9. Finissage (30.09.20)

Die Finissage, das Abschluss-Event, wird mit einem Betrag von 2500 finanziert.

## Phase 2

Bruttokosten: 36600

Eigenleistungen: 10500

Nettokosten

**26100**

## **Phase 3: Evaluation, Nachbearbeitung**

### 3.1. Besucherschaft äussert sich im Ausstellungsjournal

Die Besucherschaft kann sich in einem Ausstellungsjournal äussern (800).

3.2. Von den Besuchern werden Stimmen gesammelt und ausgewertet. Mit Gruppen werden gezielt Gespräche geführt, um möglichst interessante Stimmen für die Schlussergebnisse zu dokumentieren (1200).

3.3. Mit den meisten Besuchern wurden am Schluss der Durchgänge und während den Führungen Gespräche geführt und ausgewertet.

3.4. Die Auswertungen werden in einem Schlussdokument zusammengefasst und zur Verfügung gestellt: 2000, wobei die Hälfte (1000) durch die AG aufgebracht wird.

3.5. Die Möglichkeit für weitere Standorte und/oder die weitere Verwendung von Figuren wird laufend überprüft 1200; die Arbeit wird von der AG geleistet. Der Rückbau wurde frühzeitig vorbereitet – der homo mechanicus hat in einem Stall eine stimmige „neue Heimat“ gefunden und lässt sich von interessierten Personen besuchen..

Phase 3

Bruttokosten: 6000

Eigenleistungen: 2200

Nettokosten **3800**

Die Initiative und Machbarkeit der Ausstellung ist finanziell durch grosszügige Leistungen im Voraus garantiert worden:

- das kostenlose Angebot der Ausstellungsräume im Areal Resort / Marina Walensee durch die Aktionäre und Besitzer.
- das Startkapital von 5000 durch die Arbeitsgruppe, je zur Hälfte Lendi (Künstler) und Meier (cultur prospectiv).
- die immaterielle Unterstützung der Idee und des Projekts von Seite der Gemeinde Quarten, des Präsidenten Erich Zoller, sowie der Anwesenden Personen und Akteure am Informationstag (30.1.20) und der Berichterstattung durch den Sarganserländer.

Gesamtkosten **121'450**

Projektträger

Name: ARBEITSGRUPPE homo mechanicus

Projektträger vertreten durch

Dr. Hans-Peter Meier, CP-Institut AG, Stadelhoferstrasse 26

Ort: 8001 Zürich, 079 744 28 92

Zugesprochener Betrag von Südkultur:

Betrag in CHF **4'000.--**

Bankverbindung für Überweisung

Bankverbindung:

IBAN Nr. CH11 0900 0000 8712 1252 9 / Konto Nr. 87-121252-9

Postfinance / CP-Institut AG (Kontoinhaber)

**Datum und Unterschrift**

21. 12. 20

Hans-Peter/ Meier

**Unterschrift**

A rectangular stamp containing a handwritten signature in blue ink, which appears to read 'H.P. Meier'.